

NOTRE MODÈLE DE CROISSANCE & DE CRÉATION DE VALEUR

NOS ATOUS



PEOPLE*

EMPLOYÉS

Des équipes engagées, des valeurs fortes

Une politique active de diversité
et de développement des talents

CLIENTS

Un accès large et structuré aux marchés
Une intimité renforcée par la digitalisation

COMMUNAUTÉS

Un ancrage local solide
Une entreprise solidaire



PROFIT*

Une marque premium puissante à fort capital
de confiance et de fidélisation

130 ans d'innovation radicale et incrémentale

Une empreinte mondiale,
des clients et des marchés diversifiés
De nouvelles activités à fort potentiel



PLANET*

Une force d'innovation et de mobilisation
au service de la mobilité durable

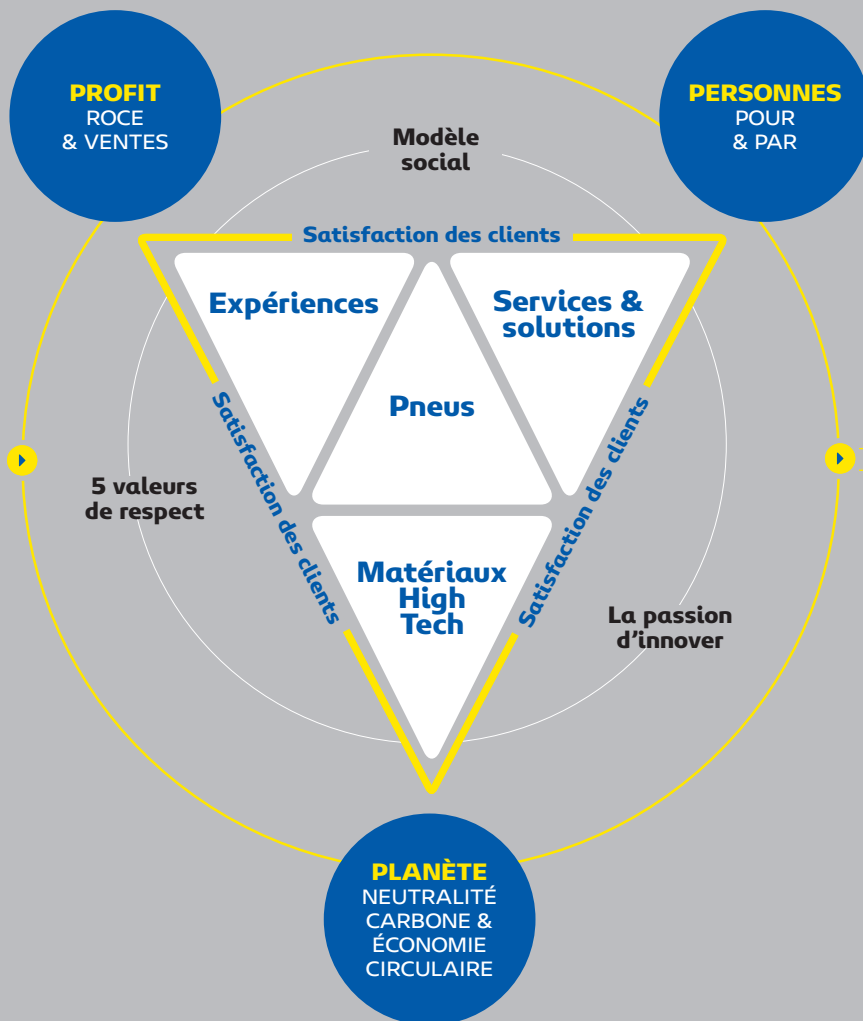
Une expertise de classe mondiale
dans les matériaux de haute technologie

Une offre axée sur la performance dans la durée

Une stratégie 4R⁽¹⁾ d'économie circulaire

TOUT SERA DURABLE
CHEZ MICHELIN

OFFRIR À CHACUN
UNE MEILLEURE
FAÇON D'AVANCER



NB : la taille des triangles n'est pas représentative des ventes.

* *People* : personnes, *Profit* : performance économique et financière, *Planet* : planète ou environnement.

- (1) Réduire, Réparer-rechaper, Recycler, Renouveler.
- (2) Total Case Incident Rate : nombre d'accidents et maladies professionnelles pour 200 000 heures travaillées.
- (3) Indicateur de Management des Diversités et de l'Inclusion.
- (4) Indicateur composite à score unique qui résume la vitalité de la marque. Il est basé sur 5 composantes : raison d'être, innovation, communication, expérience, adhésion à la marque.
- (5) Part des produits et services lancés sur les trois dernières années dans les ventes annuelles.
- (6) Rentabilité des capitaux investis.
- (7) Empreinte environnementale pondérée de sites industriels Michelin (voir composition p.151).

NOS AMBITIONS 2030



PEOPLE *

EMPLOYÉS

Salariés engagés > 85 %

Santé-sécurité au travail TCIR⁽²⁾ < 0,5

Diversité et inclusion IMDI⁽³⁾ 80 / 100

CLIENTS

Satisfaction des partenaires + 10 pts

Satisfaction des clients finaux + 5 pts



PROFIT *

Vitalité de la marque⁽⁴⁾ : + 5 pts vs. 2021

Vitalité de l'offre⁽⁵⁾ : > 30 %

Ventes : + 5 % de croissance moyenne entre 2023 et 2030

ROCE⁽⁶⁾ > 10,5 %



PLANET *

Émissions de CO₂ des sites (production, énergie) : - 50 % vs. 2010

Efficacité énergétique de nos pneus à l'usage : + 10 % vs. 2020

Empreinte sur l'environnement des sites industriels Michelin i-MEP⁽⁷⁾ - 1/3 vs. 2020

Matériaux durables dans nos pneus : 40 % en 2030